

Jul 2025

KR eCommerce Monthly Newsletter

NielsenIQ Korea
eCommerce Intelligence

NIQ

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



NIQ eCommerce

eRetailer News

Category Trend

Sample Report

eCom Solution 소개

Kurly



컬리, 美시장 진출 본격채비, 7월 시범 운영 돌입

- 컬리는 오는 7월 8일부터 8월 5일까지 미국 거주 소비자 100명을 대상으로 '컬리USA' 베타테스트를 진행하여, 쇼핑 및 배송 서비스에 대한 피드백을 수집할 계획임.
- 이번 테스트를 통해 배송 과정에서 발생할 수 있는 문제점과 현지 수요를 파악하고, 이를 반영해 2025년 하반기 정식 론칭을 목표로 준비 중임.
- 컬리는 미국 공식 SNS 계정을 개설하고, SNS 마케팅 활동과 함께 H마트에 HMR 제품을 입점시키는 등 미국 시장 진출을 꾸준히 추진해옴.

FMCG Focusing

컬리는 K-FMCG 제품의 미국 직접 판매 가능성을 검증하고, 글로벌 D2C 유통 확대를 위한 전략적 테스트에 착수함.

Source: <https://www.donga.com/news/Economy/article/all/20250616/1318152471>

OLIVE YOUNG



올리브영, 외국인 관심 'K웰니스'로 확산

- CJ 올리브영은 외국인 고객의 관심이 K뷰티를 넘어 이너뷰티, 건강기능식품, 여성용 위생용품 등 K웰니스 상품으로 확대되고 있다고 밝힘.
- 이너뷰티 부문에서는 콜라겐, 유산균, 슬리밍 젤리 등이 인기를 끌었고, 여성건강(W케어) 제품군은 전년대비 66% 성장함.
- 올리브영은 이러한 수요 증가에 맞춰 국내 중소 웰니스 브랜드와 협업을 확대함. '에스더포몰라', '정관장' 등과 함께 다양한 제품을 선보이며 글로벌 웰니스 트렌드를 선도하겠다는 계획임.

FMCG Focusing

CJ 올리브영은 외국인 고객의 고성장하는 웰니스 수요에 맞춰, 이너뷰티 중심의 제품 포트폴리오를 강화함.

Source: <https://www.kgnews.co.kr/news/article.html?no=850446>

Oasis



오아시스, 티몬 품었다. '700만 회원 종합 이커머스 플랫폼' 도약

- 오아시마켓이 회생절차 중인 티몬을 116억에 인수함. 법원은 회생계획안을 승인했고, 오아시스는 추가로 인수 대금 외에 직원들의 밀린 임금과 퇴직금 등에 65억원을 추가 투입예정.
- 이번 인수로 오아시스는 티몬의 400~500만 회원과 판매자 네트워크를 확보해 고객 기반과 유통망을 확대함. 낮은 수수료와 빠른 정산으로 신뢰 회복을 추진하고 있음.
- 오아시스는 이를 계기로 IPO 재도전을 준비 중이며, 13년 연속 흑자와 안정적인 실적을 바탕으로 성장세를 이어가고 있음.

FMCG Focusing

오아시스의 티몬 인수는 FMCG 시장에서 신선식품 중심의 물류 역량과 대규모 이커머스 플랫폼을 결합해, 빠른 소비 트렌드에 최적화된 유통 경쟁력을 확보한 전략적 수직 확장임.

Source: <https://biz.chosun.com/distribution/channel/2025/06/23/700Q48DOCJENVEJL6IVJOSLASU/>

CJ온스타일



CJ온스타일, 메타와 손잡는다. 인스타·페북 연계 마케팅

- CJ온스타일은 메타(META)와 전략적 파트너십을 맺고, 인스타그램과 페이스북을 연계한 디지털 마케팅 협업을 추진함. 이를 통해 '협력광고'를 도입하고, 협력사 대상 디지털 마케팅 솔루션을 제공할 계획임.
- CJ온스타일은 자사 모바일 앱과 메타 플랫폼을 연계해 협력사의 성장을 지원하는 선순환 모델을 구축하고자 함. 특히 인스타그램 릴스 기반의 셀럽 숏폼 콘텐츠를 공동 제작해 앱 유입을 확대할 방침임.

FMCG Focusing

CJ온스타일은 메타와의 협업을 통해 숏폼 콘텐츠 기반의 고도화된 타겟 마케팅으로 소비자 접점을 확대하고, 모바일 커머스 전환율을 제고할 수 있음.

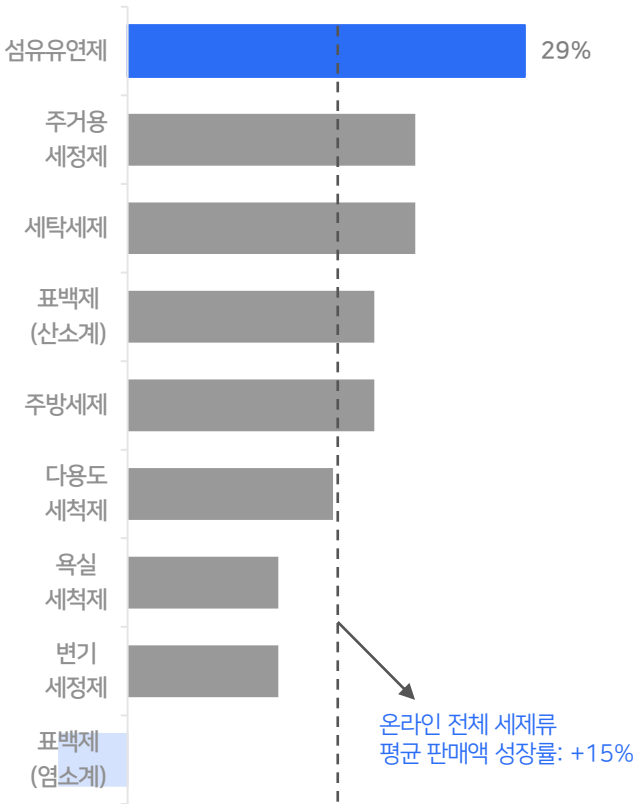
Source: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20250619035200030>

세제류 (Detergent)

- 온라인 세제류 시장은 전년대비 대부분의 카테고리에서 지속적인 판매액 성장률 증가를 보이고 있으며, 가장 높은 성장률을 기록한 **섬유유연제** 카테고리에서 유독 **시트** 제형의 성장률(+35%)이 돋보임.
- 최근 온라인 세제류 시장에서 쿠팡의 채널 중요도가 72%까지 상승하였으며, 전년대비 +8%p의 비중 확대로 더욱더 쿠팡의 판매 중요도가 높아지고 있음.

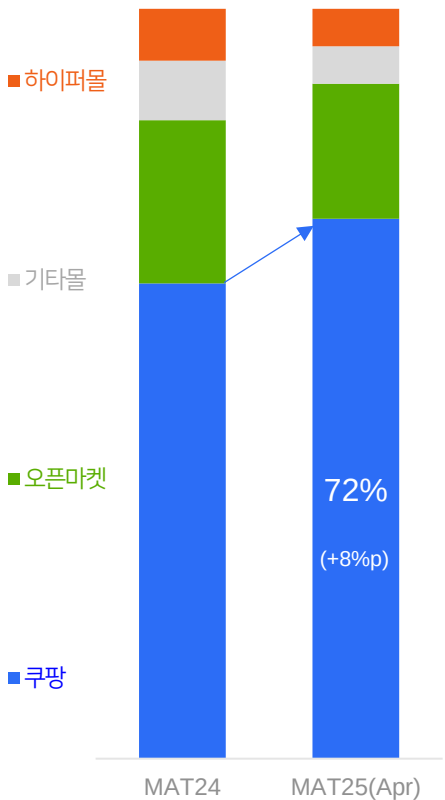
[카테고리별] 온라인 판매액 성장률

MAT25(Apr) vs YA



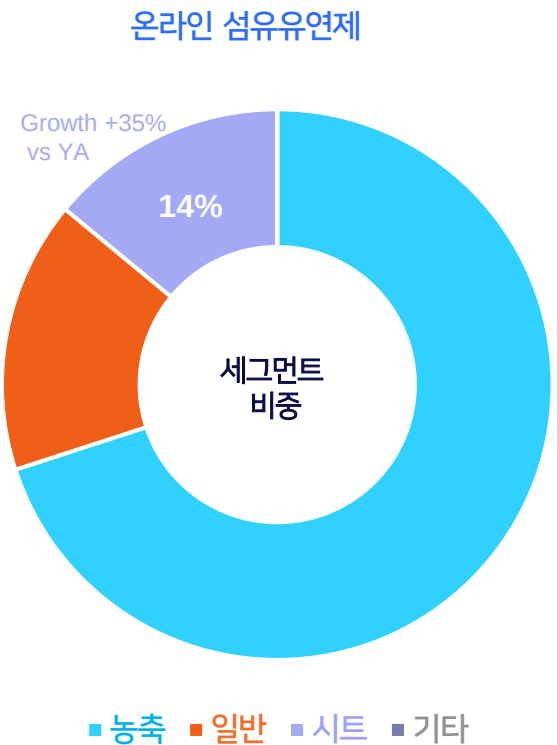
[세제류] 온라인 채널 트렌드

MAT25(Apr) vs YA



[섬유유연제] 세그먼트 비중 및 성장률

MAT25(Apr) vs YA



Source: NIQ eCom Index, 전체 세제류=100% 및 섬유유연제 카테고리, Total online 및 주요채널, 세그먼트, 판매액 비중(%), 판매액 성장율(%), MAT-2425(APR)

세제류 (Detergent)

- 온라인에서 섬유유연제(시트) 브랜드 측면에서는 '아우라'가 대부분의 채널에서 강세인 반면, 제품별 판매액 성장률 측면에서는 '부스트랩 라비킷' 제품이 Top growing SKU를 기록하며 제품 단위의 경쟁력을 입증함.
- 온라인 주방세제 카테고리에서는 프리미엄 및 친환경 브랜드인 '피퍼스탠다드'의 제품 판매액 성장이 눈에 띄며, 이는 소비자 가치 소비 트렌드와 맞물려 있음.

섬유유연제 (Fabric Softener) – 시트 제형

TOP3 브랜드					MAT25(Apr)
	전체 온라인	쿠팡	오픈마켓	하이퍼몰	
TOP1	아우라	아우라	아우라	피죤	
TOP2	라비킷	르샤트라	라비킷	아우라	
TOP3	르샤트라	라비킷	피죤	르샤트라	

TOP3 Growing SKU



	전체 온라인
1	부스트랩 라비킷 코트너 건조기용 시트 보송보송한 비누향 섬유유연.40s
2	LG 아우라 드라이시트 스윗만다린 섬유유연제 120S
3	애경 르샤트라 드라이시트 섬유유연제 피오니부케 120S

주방세제 (Dishwash Detergent)

TOP3 브랜드					MAT25(Apr)
	전체 온라인	쿠팡	오픈마켓	하이퍼몰	
TOP1	프릴	프릴	자연풍	프릴	
TOP2	자연풍	자연풍	트리오	자연풍	
TOP3	트리오	트리오	프릴	슈가버블	

TOP3 Growing SKU



	전체 온라인
1	LG 풍풍 천연 오렌지 오일 담은 친환경 주방세제 오렌지향 F.BAG 1.2LITX4S
2	조시스터즈 INLT. 피퍼스탠다드 주방세제 PUMP 500ML
3	헨켈 프릴 시크릿 오브 베이킹소다 상큼한 오렌지향 주방세제 F.BAG 1LIT

*대용량 제품 제외

NIQ eCommerce

eRetailer News

Category Trend

Sample Report

eCom Solution
소개

1) eCommerce Index



온라인 전체시장 규모 및 주요 온라인 유통사별 '제조사/브랜드/SKU' 단위의 성과 지표 데이터를 활용하여, eCommerce 시장 내의 실질적인 인사이트 기반의 KPI 도출 및 판매, 마케팅 전략 수립이 가능

< NIQ eCommerce Data 특징점 >

- 매월 반영되는 구매자 데이터를 바탕으로 닐슨의 독자적인 methodology를 적용해 전체 온라인 시장을 추정
- 이를 위해 demographic, e-Retailer, Industry별로 더 세분화한 디자인으로 설계하였으며, 이는 NIQ의 높은 정확도를 보장
- 닐슨에서 사용하는 consumer source data는 Mega panel + Payment + ePos의 다양한 데이터로 수집되고 있기 때문에 bias로 인한 데이터의 error가 나타날 확률 최소화

3) Output Specification (Projected data)

Market	Product	Fact	Period
- 온라인 전체 - 오픈마켓 - 쿠팡 - 대형마트 온라인몰 - 기타몰 - 개별 온라인 유통사: 네이버 & G마켓 등*	- 전체 카테고리 - 제조사 - 브랜드 - 세그먼트* - Top SKU* (*Projected share% 점유율 지표만 제공가능)	- 판매액 - 판매수량 - 판매량* - 판매액 점유율%	- 월간 지표 - 최근 2-3년

(*카테고리별 상이)

* Delivery: 닐슨 Discover Platform 구독 or Excel Topline Report 송부

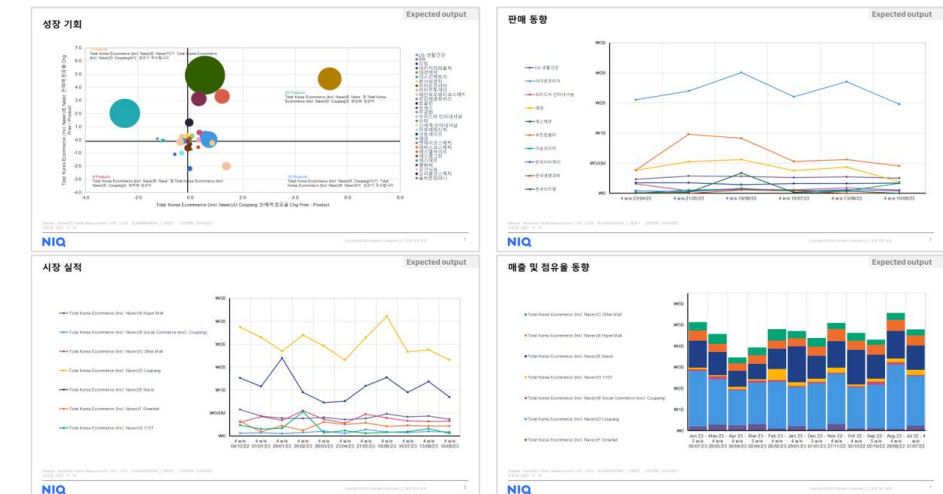
** Available category: 약 80여개의 소비재(FMCG) 식품/비식품 카테고리 제공가능 (별도 문의)

2) Online Market Coverage (e-Retailers +20개 이상 채널 수집)

오픈마켓	쿠팡	대형마트몰	기타몰 (종합몰/홈쇼핑몰/버티컬몰 등)
- N 네이버쇼핑* - G G마켓* 11 11번가 - A 옥션 - SHOP 인터파크	coupage 쿠팡*	- e 이마트 - LOTTE Mart 롯데마트 - Homeplus 홈플러스 - EMART TRADER스 트레이더스	- LOTTE ON 롯데온 - L 롯데홈쇼핑 - GS SHOP - AK MALL AK몰 - Kurly 마켓컬리 - CJ온스타일 - NS NS홈쇼핑 - W 위메프 - H 현대Hmall - 홈&쇼핑 홈&쇼핑 - TMON 티몬

* 개별 e-Retailer level 제공 가능

4) Expected Output (Insight)



구매 문의

NIQ 담당 비즈니스 파트너에게 연락
(Client Business Partner)

NIQ eCommerce팀
✓ 이메일 문의: Jungin.park@nielseniq.com (박정인 부장)

구매 프로세스

- 1. 닐슨IQ 담당자에게 연락 및 문의하기
- 2. 고객 니즈 기반 이커머스 데이터 컨설팅 미팅
- 3. eCommerce 데이터 제안서(견적안) 송부
- 4. 계약서 작성
- 5. 데이터 송부 (Data Delivery)
- 6. 계약기간 종료까지 관련 문의사항 응대

2025년 하반기 발간 일정

JUL	세제류 (Detergent)
AUG	제지류 (Tissues)
SEP	음료군 (Beverages)
OCT	제과류 (Confectionery)
NOV	냉동식품(Frozen Foods)
DEC	TBA

* 예상 일정이며, 관심있는 FMCG카테고리를 알려주시면 해당 카테고리의 최신 동향에 대해 우선적으로 다뤄드립니다.

THANK YOU



About NIQ

NIQ, the world's leading consumer intelligence company, reveals new pathways to growth for retailers and consumer goods manufacturers. With operations in more than 100 countries, NIQ delivers the most complete and clear understanding of consumer buying behavior through an advanced business intelligence platform with integrated predictive analytics. NIQ delivers the Full View.

NIQ was founded in 1923 and is an Advent International portfolio company. For more information, visit [NIQ.com](https://www.niq.com)

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All rights reserved.